

Josep Cuní. Pel que fa als informatius, els segons en audiència després dels de RNE, Catalunya Ràdio inverteix molts milions mensualment en una redacció —més de cinquanta persones, comptant esportius— dotada dels millors mitjans, amb corresponsals arreu i alta professionalitat.

Evitar la competència interna, tot

parcel·lant la programació i fent-la complementària, ha estat un altre dels objectius d'aquesta emissora que, entre d'altres dades curioses, té més oients masculins que femenins —per pocs punts, però— i manté una mitjana d'audiència diària sense grans alts i baixos, potser la més constant dels diàls catalans. □

CAP DE PROGRAMES I CONDUCTOR-ESTRELLA DE CATALUNYA RÀDIO

Josep Cuní: «Convèncer, més que seduir»

Procedent de Ràdio Barcelona, on aconseguí un èxit considerable i dos premis Ondas amb programes com «Solos en la madrugada», «Radio Week-end» o «La radio al sol», Josep Cuní entrà a Catalunya Ràdio a l'hora zero. Ara n'és el cap de programes i condueix «El matí de Josep Cuní», l'espai estel·lar dels matins.

Fúlvia Nicolàs

—**Q**uè passa als matins de Josep Cuní?

—Que estem aconseguint fer allò que se'n diu *magazine* informatiu, un tipus de programa encara no catalogat però que s'està imposant arreu... De nou a dotze del matí oferim temes d'actualitat, tant dels que són notícia als informatius com aquells que no, però dels quals parla la gent al carrer, i ho fem amb entrevistes, amb debats, amb tertúlies, amb col·laboracions i, sobretot, amb la participació dels oients, que truquen i diuen allò que pensen.

Hi ha gent com la Teresa Pàmies, els dimecres, que il·lustra una crònica social amb un bolero; o en Baltasar Porcel, que amb la seva ironia i el seu inconformisme posa entre l'espasa i la paret un entrevistat; o Alfred Rodríguez Picó, al qual la gent pot trucar i demanar-li quin dia farà la setmana vinent per anar a la platja... o Antoni Basses i Lluís Canut, que treuen punta als temes esportius, o la Marta Pessarrodona, que fa un consultori a l'inrevés, molt particular, o Jordi Bordas, que fa una crònica negra tres dies per setmana... Al costat del tema polític, o econòmic transcendent, hi posem la vida quotidiana, sempre donant la possibilitat al ciutadà anònim, a l'home



Josep Cuní: «Cada matí ens ho juguem tot».

del carrer, que truqui i en digui la seva.

—*¿I això explica el seu ascens fulgurant d'audiència?*

—No ho sé... Jo el que sé és que no hi ha secrets, que no amaguem res. Si n'hi ha, són dos: treballar molt dur moltes hores al dia i fer-ho amb il·lusió i procurant que els que treballen

amb tu també en tinguin. Tinc un lema, i és pensar que qualsevol dia pot ser l'últim, i per això mateix també pot ser el primer; cada matí ens ho juguem tot. I deu anar bé, perquè no tan sols cap convidat es nega a venir, sinó que sempre se n'ofereixen més dels que hi caben, així que hem de ser molt severos en la selecció, lluitar per una línia estrictament professional i donar allò que creus que interessa. I també hi deu comptar una gran capacitat de reacció davant de la notícia: analitzar-la, donar-li la volta, veure què amaga i, sobretot, què en pensa l'oient.

—*¿Com voldries que se sentís l'oient quan has acabat el programa?*

—M'agradaria que la persona que m'ha escoltat quedés distretament informada, que sentís que se li ha donat companyia i, al mateix temps, se l'ha informat o se li ha ampliat la informació que tenia. Aconseguir la confiança que se'ns diu que provoquem és fruit de treballar amb mètode, de no fer volar coloms. Crec que mai no hem hagut de rectificar ni corregir res del que hem dit en aquests quatre anys.

—*Deu ser difícil mantenir la independència, en aquesta situació.*

—No sé si ho és o no. Fent honor a la veritat he de dir que no he rebut mai una pressió, ni una trucada ni una insinuació. I és cert, no he de quedar bé amb ningú ni dec cap favor, perquè a mi em van venir a buscar, aquesta feina no la vaig demanar. Estic molt agraït de tenir-la, és clar, però no dec res. Et poden suggerir temes i convidats, és clar, i tinc moltes cartes i trucades: de gent anònima, de coneguts, de persones importants, de relacions públiques, de secretaris i secretàries...

—*¿A qui més t'agradaria entrevistar?*

—Ara m'agradaria entrevistar Fidel Castro, i ja he fet la gestió oportuna fa mesos... però no crec que funcioni. També m'agradaria entrevistar la Barbra Streissand, una especial devoció que tinc. I ara tindrà l'oportunitat de fer una altra entrevista que em ve molt de gust, a París, que és la Glòria Lasso. És la música de quan era petit, sempre m'ha agradat molt... no ho sé. A mesura que van passant els anys vas tenint la possibilitat d'anar coneixent la gent que t'interessa, i arriba un mo-

La prèdica dels grans locutors

Els conductors dels programes estrella de la radiodifusió espanyola tenen un poder i una influència enorme sobre els milers de persones que els escolten cada dia.

Josep Lluís Gómez Mompert

El gran desenvolupament de la radiodifusió espanyola en els darrers anys ha conformat uns grans programes conduïts per uns locutors-estrella de personalitat gairebé patològica. No hi ha dubte que Luis del Olmo, Inaki Gabilondo, José María García o Encarna Sánchez són, per damunt de tot, uns excel·lents comunicadors, i que l'eficàcia del seu singular discurs arriba a ser preocupant per la gran influència sobre milions de persones.

Encara que la ràdio és cada dia una tasca més d'equip, és evident que bona part de l'èxit de programes com *Protagonistas*, *Hoy por hoy*, *Supergarcía hora cero* o *Directamente Encarna* rau en el seu locutor-conductor o director-presentador. Les qualitats d'aquests monstres de la comunicació els fa exercir de sacerdots de la litúrgia radiofònica. Aquesta nova ràdio, molt més captivadora/fascinadora/persuasiva que la d'abans, és paradigmàtica del mode de producció massmediàtic a Occident.

Aquesta és la ràdio emergent de la lògica del mercat comunicatiu. La seva hegemonia s'explica perquè el seu discurs respon, de vegades fins i tot obscenament, allò que Jean Baudrillard ha qualificat d'«èxtasi de la comunicació». Això explica, en part, el *voyeurisme* acústic de molts radiooients: una necessitat golafre de consumir i consumir discurs radiofònic.

Aquest radioaddicte sembla un fidel que combrega amb el mitjà fins a sublimar el discurs radiofònic com un fetitx, i fins a defensar el seu sacerdot com un correligionari al seu profeta. Cal recordar que un dels pioners d'aquesta nova ràdio, Jesús Quintero, en el seu programa *El loco de la colina*, deia sovint: «Hoy he sido un loco sacerdote». Per la seva banda, Encar-



José María García.

na Sánchez és també prou explícita: «Mis oyentes, más que oyentes son una secta».

No sembla exagerat, doncs, si anomenem a aquests grans locutors-predicadors de la ràdio o predicadors massmediàtics, ja que ells són els que hi millor fan el paper i la funció dels tradicionals predicadors, però d'acord amb el nou dogma dels mitjans de masses (mass-media). Aquests superagents comunicatius, aquests mitjans de la cultura de masses, són els artífexs del nou discurs radiofònic a l'Estat espanyol, que dia rere dia té més i més imitadors. Ells són els seus mestres i alhora ells són també els seus vassalls.

Com diu Etienne Fuzellier, «l'espai radiofònic és un espai de pura convenció, susceptible de manipulacions diverses». Donades les característiques de la sonoritat radiofònica (tot element acústic té significació), la ideologia d'aquests predicadors massmediàtics no es pot apreciar del tot si només ens fixem en els continguts manifestos. Cal, per tant, estar a l'aguait dels mecanismes d'ocultació de la realitat, quines formes revesteixen i quin és el missatge latent. En aquest sentit, val la proposta de Roland Barthes de considerar el contingut ideològic de les formes.

El binomi llenguatge/ideologia

ment que el que voldries regalar als oients és que els agradi la feina que fas. Cada dia intento fer el regal de la meua feina, i ho faig de manera absolutament gratuïta, molt modestament.

—¿T'has notat símptomes d'ego desmesurat com tenen algunes estrelles de la ràdio?

—Sé que és difícil fer creure que no busco protagonisme, quan el programa porta el meu nom i resulta que estic en antena a les hores de màxima audiència. Però no tinc consciència de comportar-me d'una manera diferent davant el micròfon que en una conversa personal. ¿Que sóc un acaparador de la paraula? Però és que això ho he estat tota la vida, ¿m'entens? I això que davant el micròfon em freno molt. De tota manera sóc molt vergonyós i intento que aquest ego no es noti. L'únic ego que m'agrada satisfer és el de quedar content quan s'acaba el programa, i això ho he aconseguit poques voltes. Sóc un gran inconformista, i tot i que això en general és bo, crec que a vegades em passo.

—Algun somni professional deus tenir.

—No em desagradaria fer un programa estrictament informatiu, en aquesta mateixa casa. Cada dia em sento més interessat i més vinculat a l'actualitat... i pensa que jo vinc d'un temps, afortunadament ja superat, en què a les emissores hi havia la gent que feia els informatius, que eren els de classe A. i els que fèiem entrevistes, o programes de distracció, que érem de segona. Després s'ha demostrat que era una classificació falsa, i que darrere de molta gent de classe A hi havia molta façana i poca solidesa, mentre que en els que fèiem coses d'entreteniment sovint hi havia gent més sòlida professionalment i intel·lectualment.

—¿A quin periodista mític voldries assemblejar-te?

—M'agradaria ser algun dia com aquests grans periodistes americans que aconsegueixen una gran capacitat de seducció i informació amb una alta credibilitat informativa. Aquests que en un moment donat són capaços de contradir el seu interlocutor, per important que sigui, i dir-li «escolti, em sembla que això que diu no és cert», i no passa res. Jo voldria ser capaç de motivar, de crear... no diré opinió, però sí un estat de credibilitat informativa es parli del que es parli.

—¿Però tu que vols? ¿Seduir o convèncer?

—Més que seduir, convèncer. Jo no crec que sigui seductor, però m'agradaria ser capaç de ser convincent. □